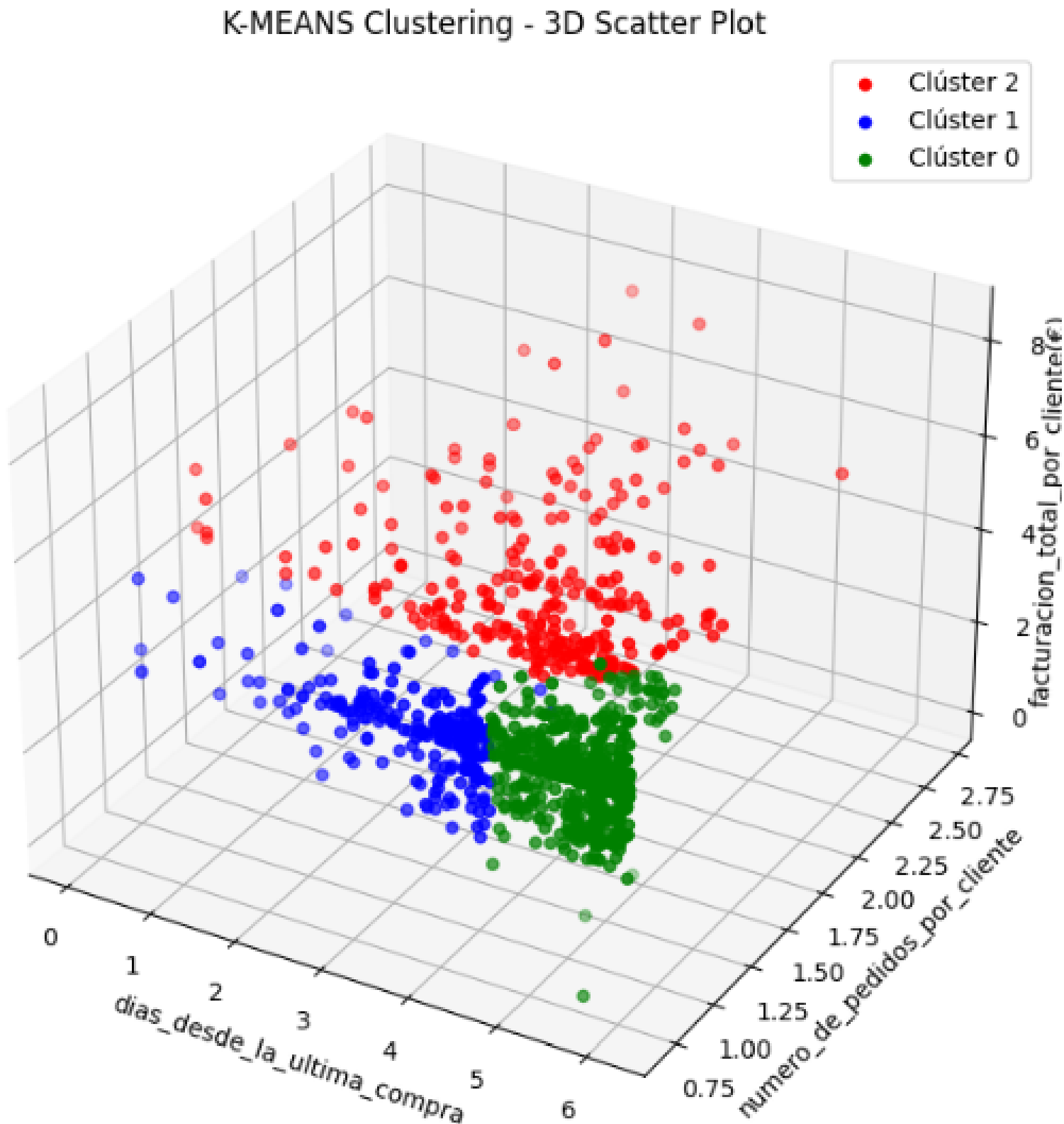


# SEGMENTACIÓN DE CLIENTES POR COMPORTAMIENTO DE COMPRA



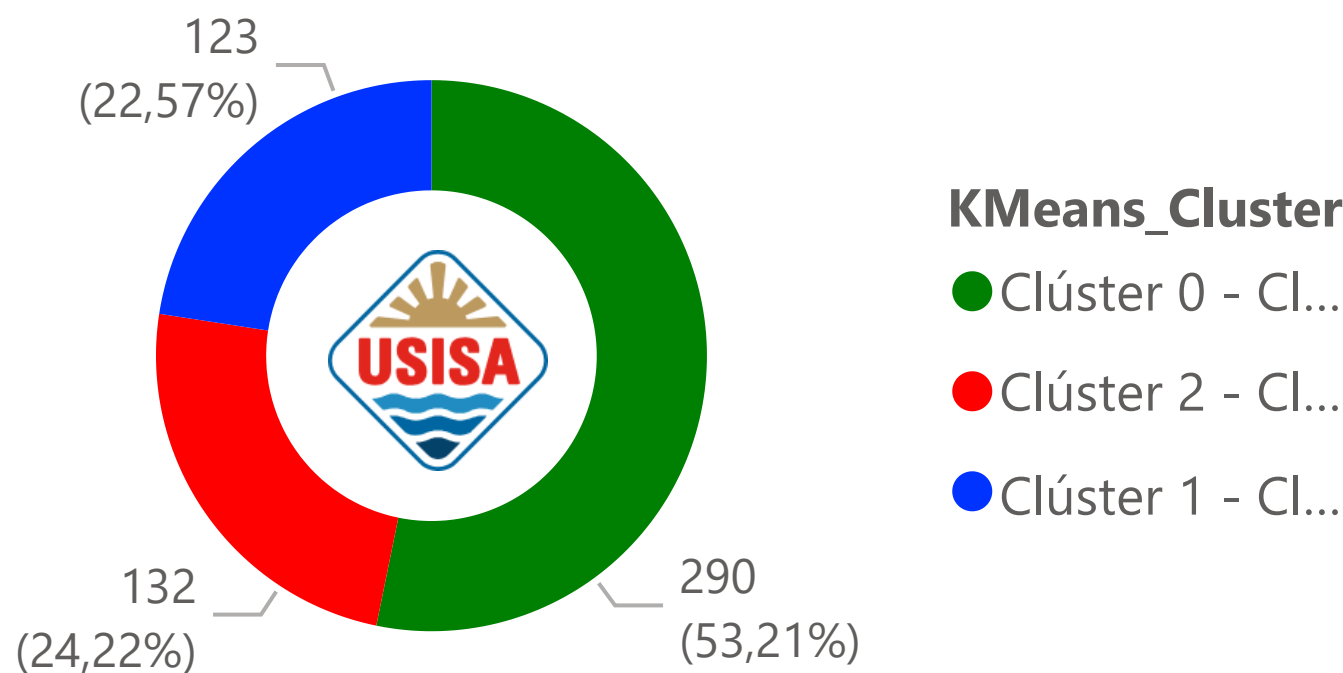
El objetivo del proyecto es la **segmentación de clientes**, diferenciar y agrupar a los clientes de la **tienda online** según su **comportamiento de compra**. Con los datos existentes se pueden obtener las siguientes variables:

- **Frecuencia de compra:** Se refiere a la medición **del número total de pedidos realizados por un cliente** en la tienda online de USISA.
- **Recencia de compra:** Implica el análisis de los **días transcurridos desde el último pedido** efectuado por un cliente en la tienda online de USISA.
- **Gasto Total:** Se refiere al **monto total (en euros) gastado por un cliente** en todos sus pedidos realizados en la tienda online de USISA.

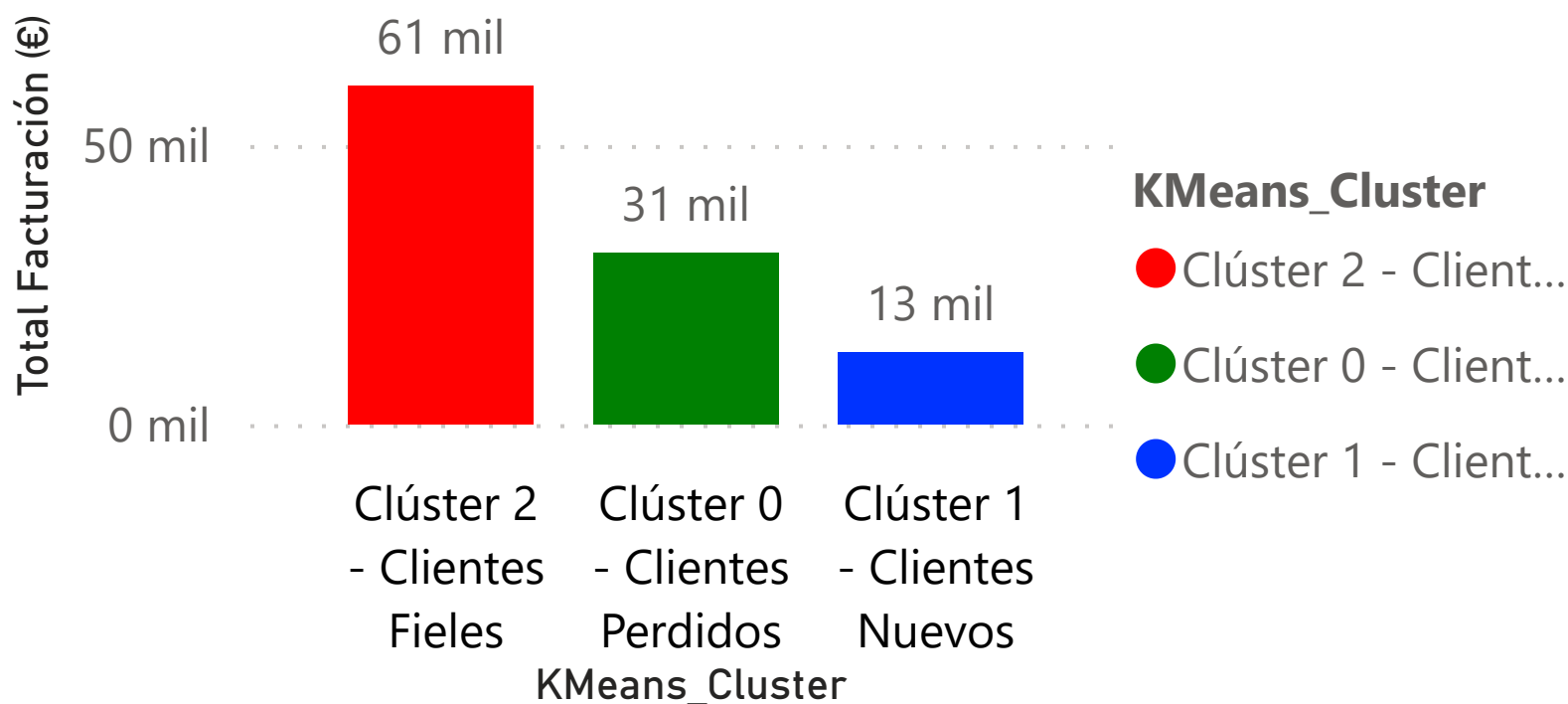
Tabla Centros | Modelo K-MEANS

KMeans_Cluster	numero_de_pedidos_por_cliente	facturacion_total_por_cliente(€)	dias_desde_la_ultima_compra
Clúster 0 - Clientes Perdidos	1	102	294
Clúster 1 - Clientes Nuevos	1	99	54
Clúster 2 - Clientes Fieles	3	404	90

Distribución Clientes por Clúster



Facturación Total (€) por Clúster



Mapa de Geolocalización de Pedidos por Código Postal

